

# 株式会社アメイズ

---

## 第100期営業方針説明会

令和7年2月25日

# 目次

---

- 01 | 企業理念
- 02 | 業績推移
- 03 | 価格改定プロセス
- 04 | 事業セグメント別営業戦略
  - ・ 宿泊事業
  - ・ 飲食事業
- 05 | 新規出店戦略
- 06 | 第100期業績予想

# 01 | 企業理念

---

HOTEL AZ は“旅”を通じて社会に奉仕する。

当社は、より豊かな“旅”を創造し、「より多くの人々の豊かなくらしに貢献します」を全社員の働く喜びとして限りなく前進していく。

現在は小さくても大分、九州そして日本全土あるいは世界に夢を膨らませながら一步、一步前進していくものである。歩みは決して速くないが確実な歩みである。

急がば回れの教え通り、技術の構築こそお値打ちの創造が出来るものである。

技術とは、先人の知恵に学びながら実践し、技の集積をしたものと考える。

それは決して3年や5年で達するものでなく、10年、20年、30年、いやもっと永くかかって築くものである。

HOTEL AZ はこの技術の構築によって、お客様に本当に行き届いた旅の楽しさを提供しつづけ追及して行く事を経営の目的として努力していくものである。

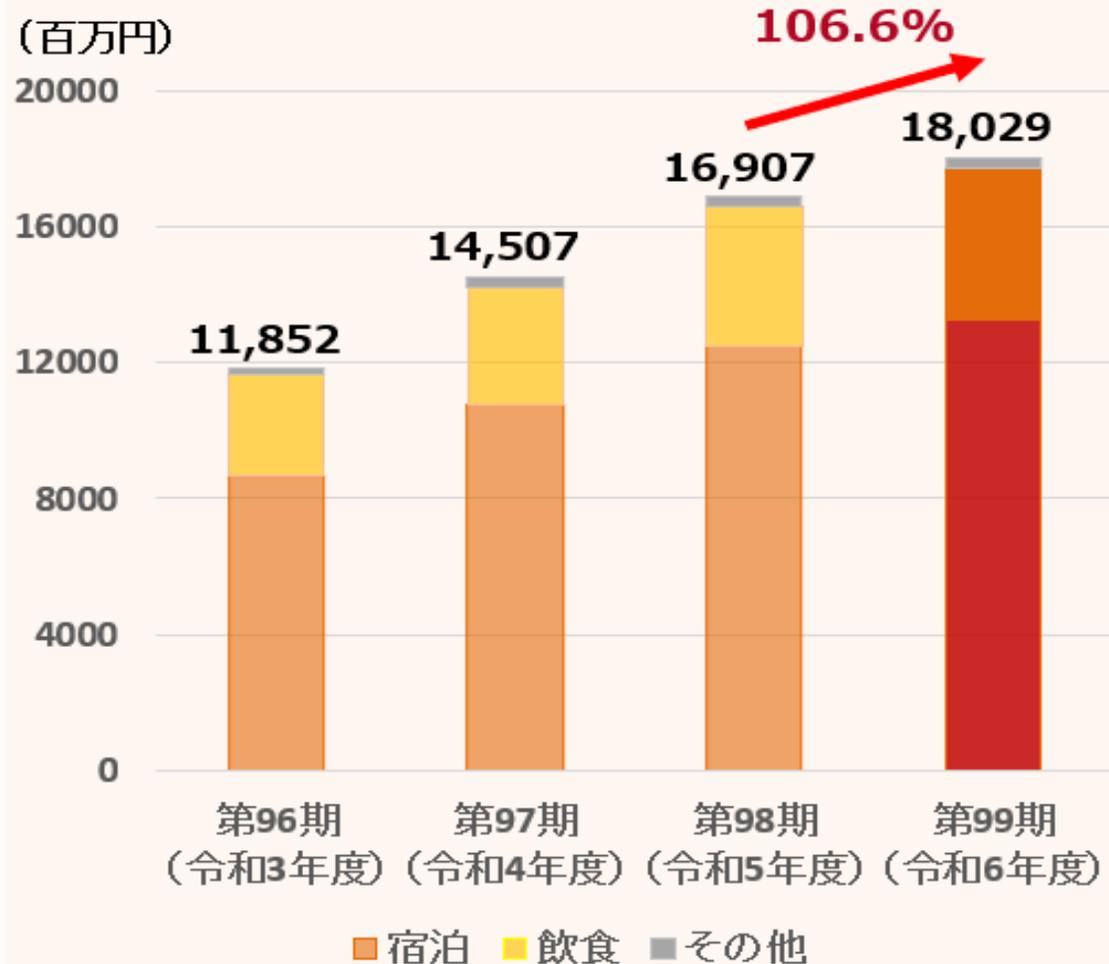
## 02 | 業績推移

(百万円)

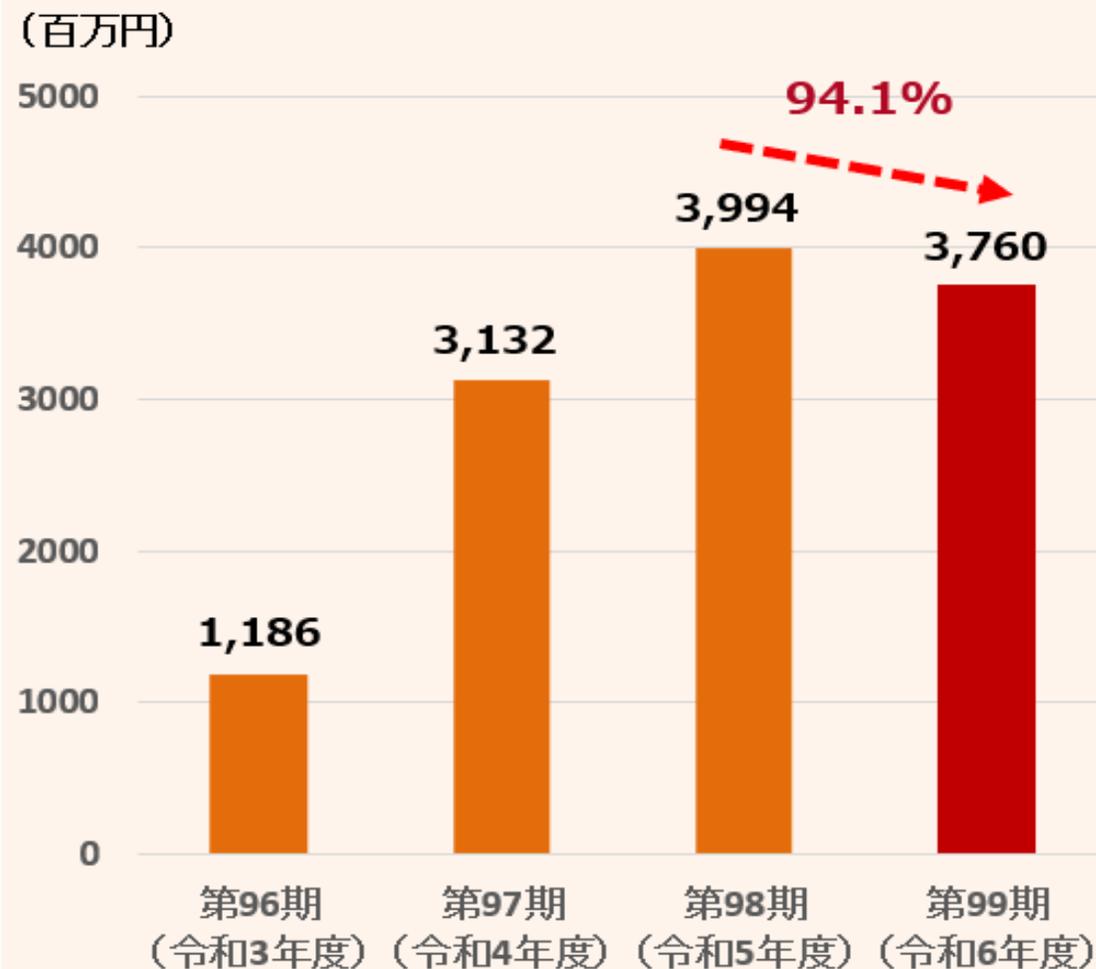
	第96期 (令和3年度)	第97期 (令和4年度)	第98期 (令和5年度)	第99期 (令和6年度)
売上高	11,852	14,507	16,907	<b>18,029</b>
営業利益	1,186	3,132	3,994	<b>3,760</b>
経常利益	926	2,758	3,653	<b>3,405</b>
当期純利益	389	1,736	2,324	<b>2,236</b>

## 02 | 業績推移

### 売上高



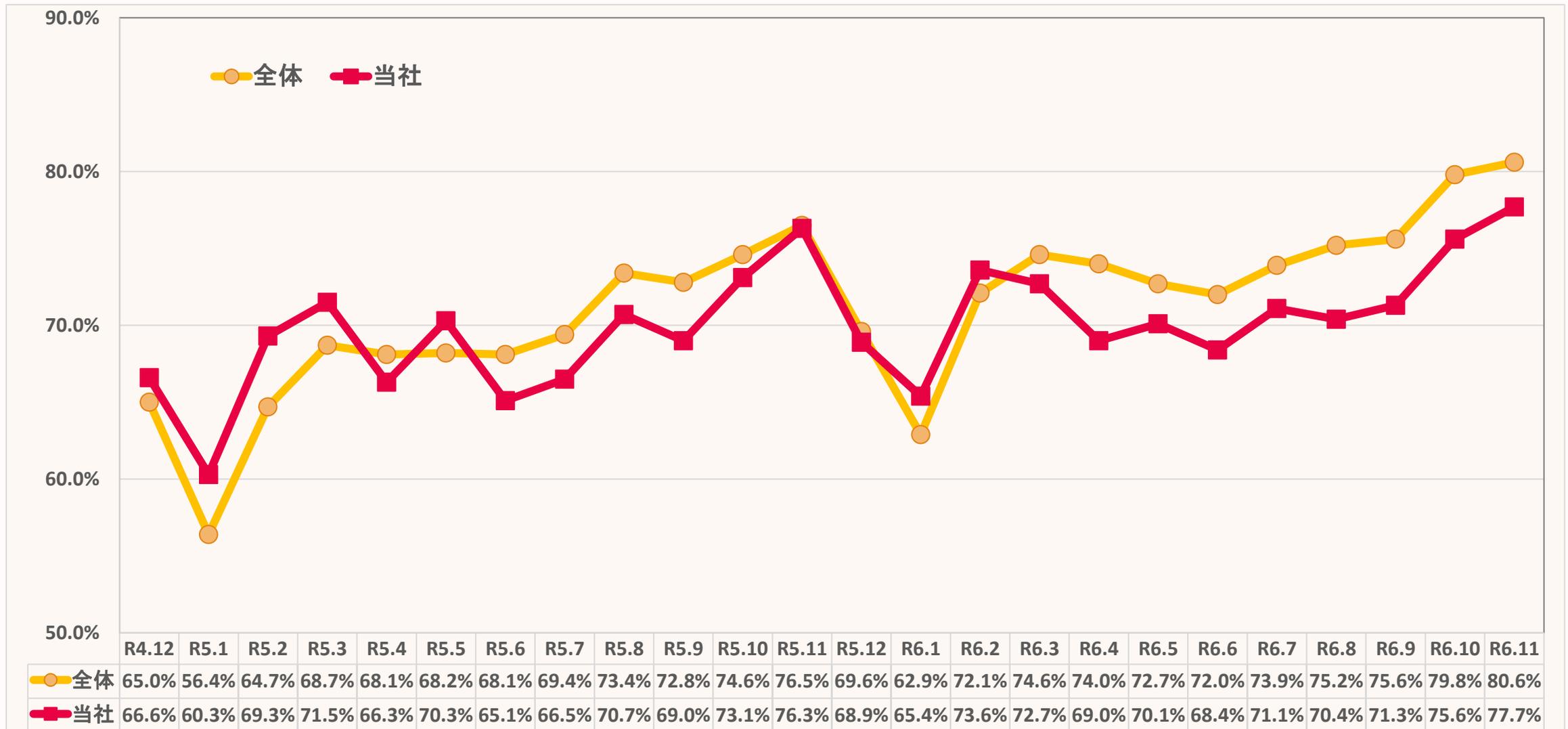
### 営業利益



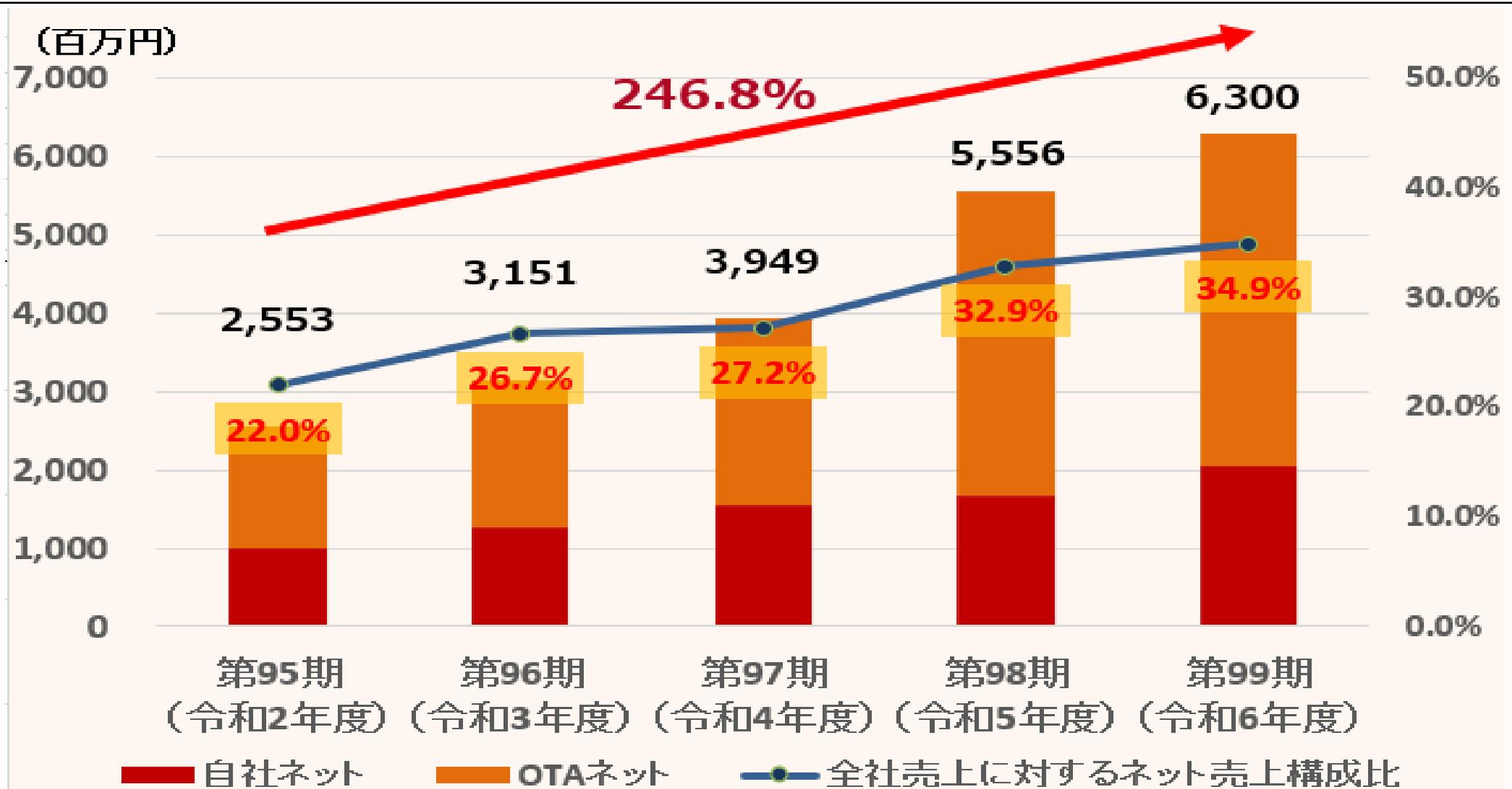
# 02 | 業績推移 -客室稼働率の推移-

## 業界平均との比較

※観光庁宿泊統計調査参照



## 02 | 業績推移 - ネット販売推移-



## 03 | 価格改定プロセス

### 価格改定について

令和7年6月、当社は創業以来初めての価格改定を行います。

シングル1泊4,800円(税抜)/365日同一価格という、業界に類を見ない戦略を軸に営業を続けてまいりましたが、昨今の不安定な国際情勢による資源・エネルギー価格の高騰や円安による物価の上昇など、依然として先行き不透明な状況が続いており、コロナ禍以降の増収増益から令和6年度では初の増収減益を計上する事となりました。

このような状況に対応しつつ、今後も当社が成長を続けていく為には、価格の見直しが必要不可欠であると判断するに至りました。

## 03 | 価格改定プロセス

### 価格改定を行う主な理由

#### 改定理由①

食材/水道光熱費/リネン費/業務委託費等、各種費用の高騰

#### 改定理由②

給与等引き上げによる人材の確保

#### 改定理由③

お客様により快適に過ごして頂く為のサービス向上

#### 改定理由④

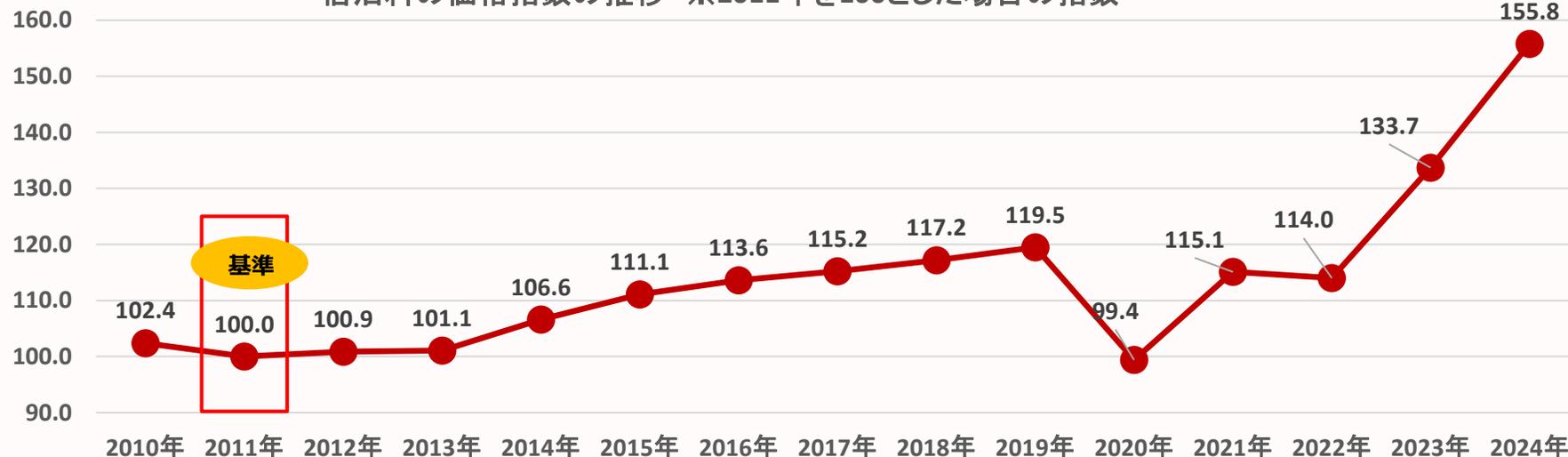
今後の新規出店費用およびシステム投資

# 03 | 価格改定プロセス -市場動向-

\* 「消費者物価指数」総務省統計局 (<https://www.stat.go.jp/data/cpi/>) を加工して作成

## 主要都市におけるホテル価格動向

宿泊料の価格指数の推移 ※2011年を100とした場合の指数



● ホテルの宿泊料について2011年を100とした場合の価格指数は、基準年以降年々上昇しコロナ禍で一時的に下落したもののコロナ禍以降はこれまでにない上昇となっている。

● 主要都市別のビジネス・シティホテルの平均価格について、コロナ禍前の2019年5月とコロナ後の2023年5月を比較、京都や広島、横浜、東京では2割以上増加となっている。福岡は103.7%と増加幅が他都市に比べれば低いが、コロナ禍前の価格を上回っており、値上げに対しての納得感は得られると考えられる。

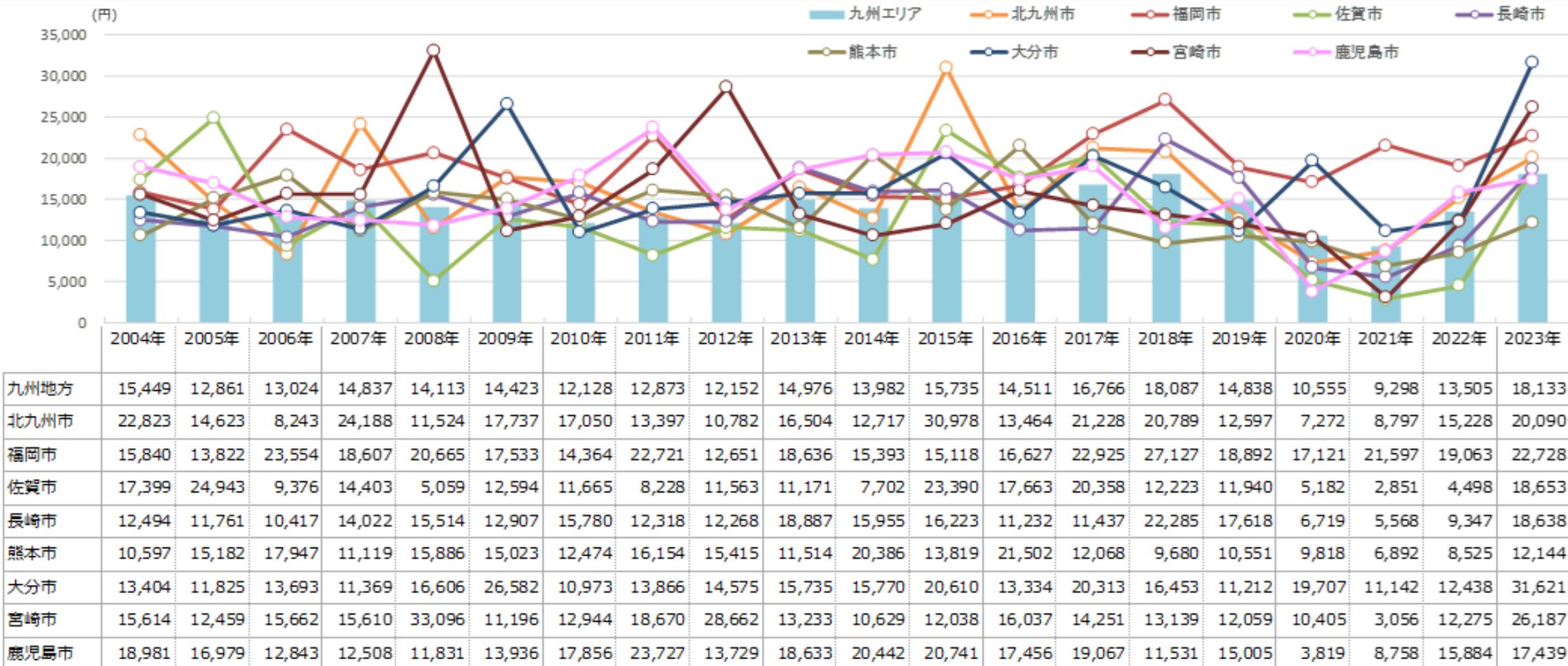
都市名	2019年5月	2021年5月	2023年5月	2023年5月料金の対2019年5月比
京都	¥9,610	¥6,808	¥12,642	131.6%
広島	¥6,808	¥5,132	¥8,686	127.6%
横浜	¥7,783	¥6,470	¥9,717	124.8%
東京	¥8,811	¥5,669	¥10,962	124.4%
大阪	¥7,046	¥4,656	¥8,426	119.6%

都市名	2019年5月	2021年5月	2023年5月	2023年5月料金の対2019年5月比
名古屋	¥6,232	¥5,043	¥7,166	115.0%
仙台	¥6,959	¥5,108	¥7,987	114.8%
那覇	¥6,490	¥5,785	¥6,878	106.0%
福岡	¥8,236	¥6,271	¥8,544	103.7%
札幌	¥8,073	¥4,889	¥7,651	94.8%

# 03 | 価格改定プロセス -市場動向-

\* 「家計調査」総務省統計局 (<https://www.stat.go.jp/data/kakei/>) を加工して作成

## 家計におけるホテル宿泊料支出推移



# 03 | 価格改定プロセス -市場動向-

## 競合ビジネスホテルの販売価格調査

施設名	運営会社	店舗数	福岡市内		福岡市外		朝食
			平日	休日	平日	休日	
アパホテル	アパサービス株式会社	821	6,500円~12,000円	24,000円~28,800円	5,400円~7,000円	10,000円~12,000円	朝食は別途有料 (1,500円程度)
東横INN	株式会社東横イン	346	6,550円~7,990円	7,900円~9,340円	5,200円~6,550円	6,100円~6,910円	無料朝食サービス
ルートインホテルズ	ルートインジャパン株式会社	335	8,200円~11,800円	15,200円~24,400円	6,500円~8,950円	6,800円~10,050円	無料朝食サービス
スーパーホテル	株式会社 スーパーホテル	171	8,700円~9,000円	20,000円	7,600円	11,800円	ホテルによって朝食は別途有料 (1,000円程度)
ホテルリブマックス	株式会社リブマックス	163	8,500円~9,350円	23,375円~26,775円	7,650円	15,300円	朝食無し
ホテルマイステイズ	株式会社マイステイズ・ホテル・マネジメント	145	10,200円~11,600円	26,500円~28,350円	-	-	朝食は別途有料 (1,500円~1,650円)
ドミーイン	株式会社共立メンテナンス	94	11,025円~15,525円	19,125円~21,600円	-	-	朝食は別途有料 (2,300円)
コンフォートホテル	株式会社グリーンズ	93	10,900円	25,000円	7,100円	9,200円~13,100円	コンフォートホテルは無料朝食、 コンフォートインは朝食は別途有料 (990円)
ファミリーロジ旅籠屋	株式会社旅籠屋	77	-	-	6,000円	14,300円	朝軽食を無料で提供
ダイワロイネット	ダイワロイネットホテルズ株式会社	76	10,800円	22,050円	10,800円	25,200円	朝食は別途有料 (800円~1,650円)
スマイルホテル	株式会社ホスピタリティオペレーションズ	70	10,500円	25,500円	5,800円~6,100円	6,400円~12,800円	朝食は別途有料 (800円~1,300円)
HOTEL R9	株式会社デベロップ	69	-	-	5,400円~6,400円	7,200円~8,400円	無料軽食コーナーあり
リッチモンドホテル	アールエヌティーホテルズ株式会社	51	11,100円~16,000円	25,000円~34,500円	-	-	朝食は別途有料 (2,000円~2,500円)
ザ・セレクトン	株式会社エフ・イー・ティーシステム	48	-	-	9,620円	16,260円	朝食は別途有料 (770円)
ワシントンホテルプラザ	ワシントンホテル株式会社	43	9,600円	10,100円	5,200円	6,900円	朝食は別途有料 (1,250円~1,400円)
テンザホテル	株式会社ミナシア	41	18,000円	34,000円	-	-	朝食は別途有料 (2,000円)

### 【検索方法】

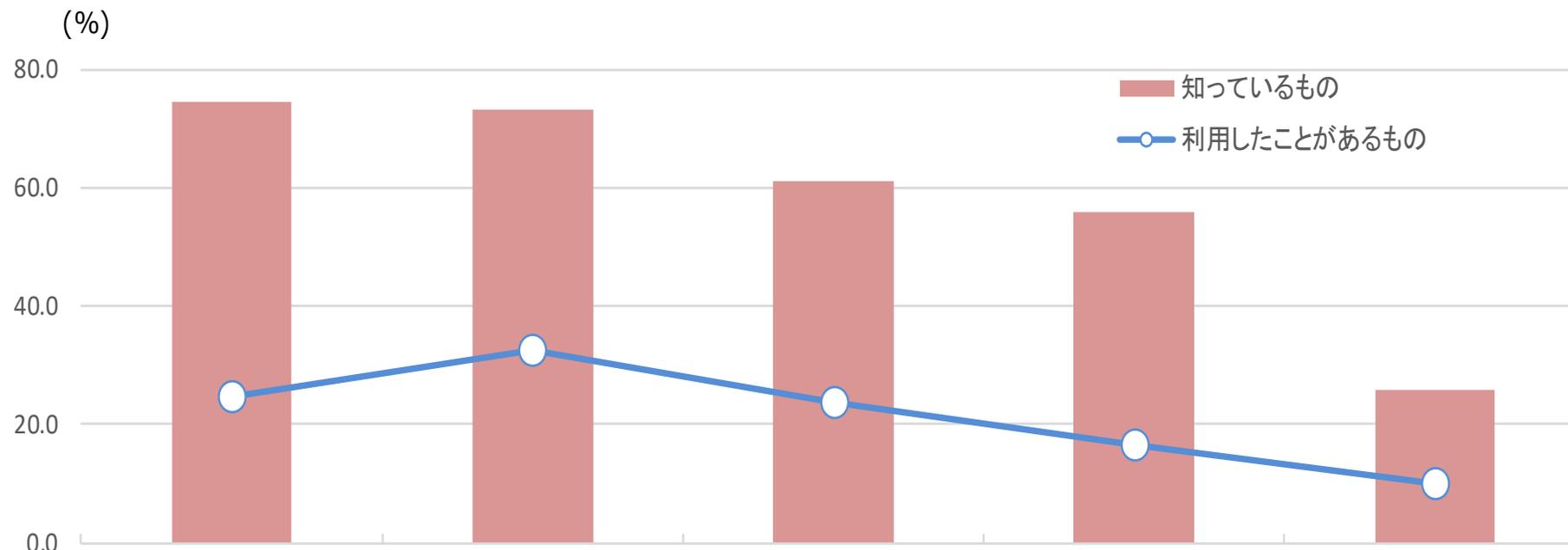
- 福岡市内、福岡市外でエリアを分けて各ホテルの公式サイトから価格を検索。料金幅があるものは、同エリア内に複数のホテルがある場合であり、「-」は同エリアにホテルがない
- 平日料金は2024年11月6日（水）、休日料金は2024年11月9日（土）として検索（検索日は9月5日、または9月9日）。ただし、同日付が予約で埋まり、価格の確認ができない場合は、別の週の同曜日の価格を記載した（その際、三連休や年末等のイレギュラーな週は避けた）
- 検索対象は、1人1泊素泊まりで、部屋タイプはシングル、またはスタンダードタイプ
- 宿泊プランについて早割や会員価格といった特典は適応せず、通常価格のものを記載

# 03 | 価格改定プロセス -アンケート調査-

※2024年9月～10月に実施したWebアンケート結果を元に集計

## ホテルAZの認知度（競合他社含む）

■知っている、及び利用したことがある宿泊施設（複数回答）



調査数	アパホテル	東横イン	ホテルルートイン	ホテルAZ	スーパーホテル
知っているもの	74.7	73.3	61.1	56.1	25.9
利用したことがあるもの	24.8	32.5	23.7	16.7	9.9

# 03 | 価格改定プロセス - アンケート調査 -

※2024年9月～10月に実施したWebアンケート結果を元に集計

## 値上げ価格帯別

### ■ (ビジネスシーン) 価格改定後のホテルAZの想定利用頻度 (単一回答)

\* 調査時は価格別に提示し、聴取

※価格は全て税抜価格

			調査数	5,800円改定時			6,300円改定時			6,800円改定時		
				年1回以上 利用意向層	5年に1回以上 利用意向層	利用意向層	年1回以上 利用意向層	5年に1回以上 利用意向層	利用意向層	年1回以上 利用意向層	5年に1回以上 利用意向層	利用意向層
ビジネスシーン全体			182	81.9	90.7	95.1	74.7	87.9	89.6	76.9	87.9	89.0
(ビジネス シーン) 性 年代別	男性	20-30代	58	86.2	93.1	96.6	75.9	89.7	91.4	75.9	89.7	89.7
		40-70代	64	79.7	90.6	95.3	71.9	84.4	85.9	73.4	84.4	85.9
	女性	20-30代	32	87.5	96.9	100.0	87.5	96.9	100.0	90.6	96.9	100.0
		40-70代	28	71.4	78.6	85.7	64.3	82.1	82.1	71.4	82.1	82.1
(ビジネス シーン) 利 用頻度別	3カ月に1回以上層		51	90.2	94.1	98.0	86.3	92.2	94.1	88.2	92.2	94.1
	半年に1回層		52	80.8	86.5	88.5	75.0	84.6	86.5	73.1	84.6	86.5
	年に1回層		79	77.2	91.1	97.5	67.1	87.3	88.6	72.2	87.3	87.3

## 03 | 価格改定プロセス

### 主要な価格改定内容

#### スタンダードプラン(朝食付き)

客室タイプ	人数	2025年5月31日(土)まで	2025年6月1日(日)より
シングル	1名利用	旧価格 5,280円(税込) →	新価格 6,380円(税込)
ダブル	2名利用	旧価格 8,580円(税込) →	新価格 10,340円(税込)
ツイン	2名利用	旧価格 8,800円(税込) →	新価格 10,560円(税込)
2段ベッド	2名利用	旧価格 7,700円(税込) →	新価格 9,240円(税込)

## 04 | 事業セグメント別営業戦略 -宿泊事業-

### 宿泊事業

お客様の利便性向上とご予約環境の改善を図り  
宿泊稼働率の向上を目指す

#### 課題01

**ネット販売の強化  
自社ネット販売の拡大**

#### 課題02

**駐車場の拡充**

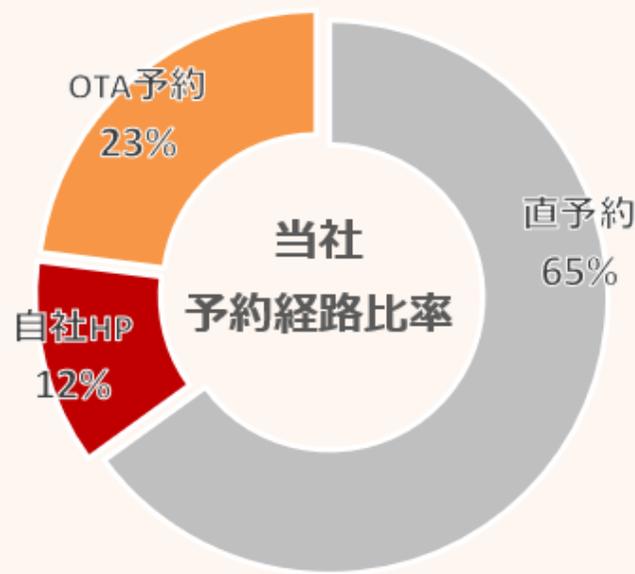
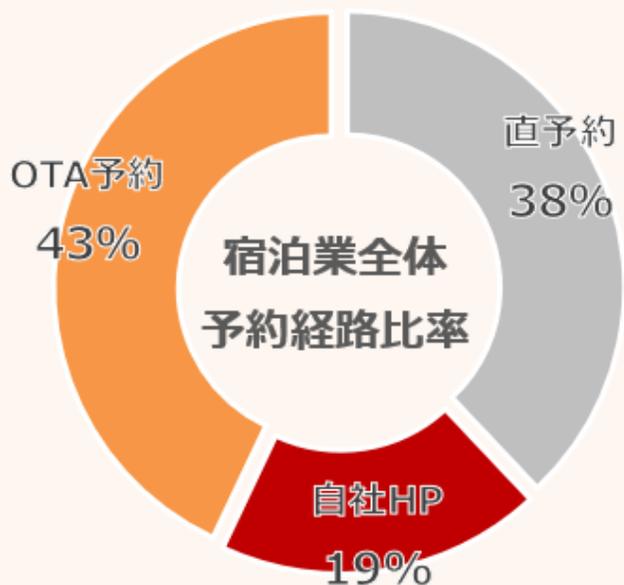
# 04 | 事業セグメント別営業戦略 -宿泊事業-

※当社調査による

## 課題01

## ネット販売の強化/自社ネット販売の拡大

- 業界平均では自社HP・OTAを合わせ62%に及ぶネット予約に対し、当社は35%と約27%の差



- 各店舗の販売ページ刷新
- 決済サービスの拡充
- 販売管理作業の本部集約による店舗作業の軽減
- 自社HP予約におけるメリット施策を実施

- ◆お客様がネットから予約をしやすい環境の提供
- ◆OTA利用者を自社HPからの予約に転換する  
⇒手数料コストの削減

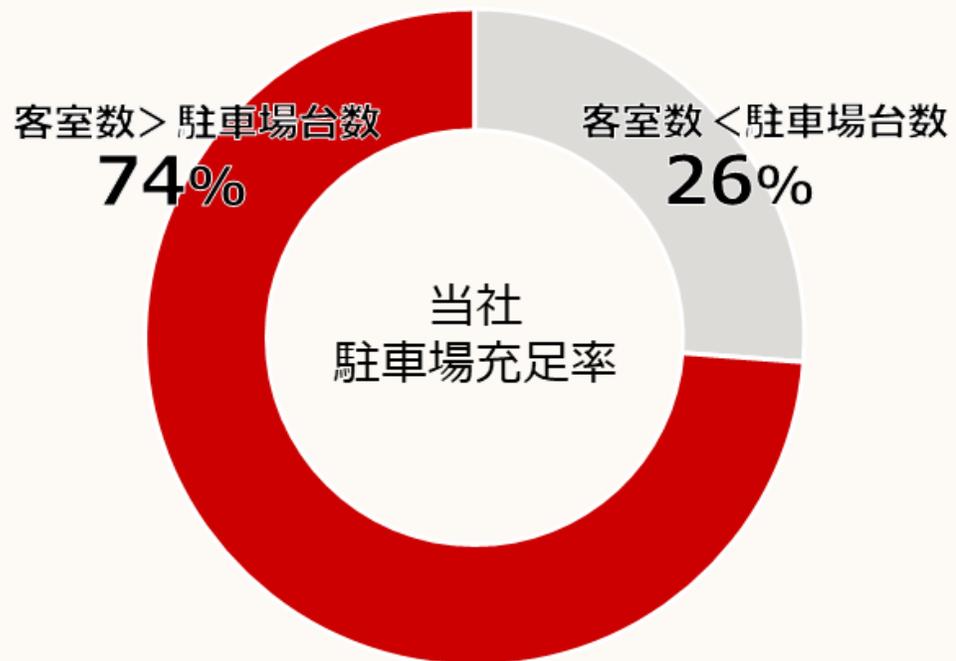
# 04 | 事業セグメント別営業戦略 -宿泊事業-

※当社調査による

## 課題02

### 駐車場の拡充

- 全社における駐車場充足率は26%で、74%の店舗では稼働状況に応じて、車利用のお客様の受入れ制限を行わなければならない状況



- 駐車場の区画整備や拡張等による駐車台数の拡充
- 店舗開発課による店舗近隣土地の賃借、購入等による駐車場台数の拡充

**駐車場を拡充する事は郊外型ビジネスホテルである、当社の生命線であることを認識、駐車場台数の拡充は稼働率向上に直結する**

## 04 | 事業セグメント別営業戦略 -飲食事業-

### 飲食事業

魅力のあるメニュー開発によるお客様満足度の向上と  
外来顧客を誘引する事で売上増に繋げる

#### 課題01

**直営飲食店における  
朝食・夕食メニューの刷新**

#### 課題02

**宿泊顧客以外の  
外来顧客の誘引**

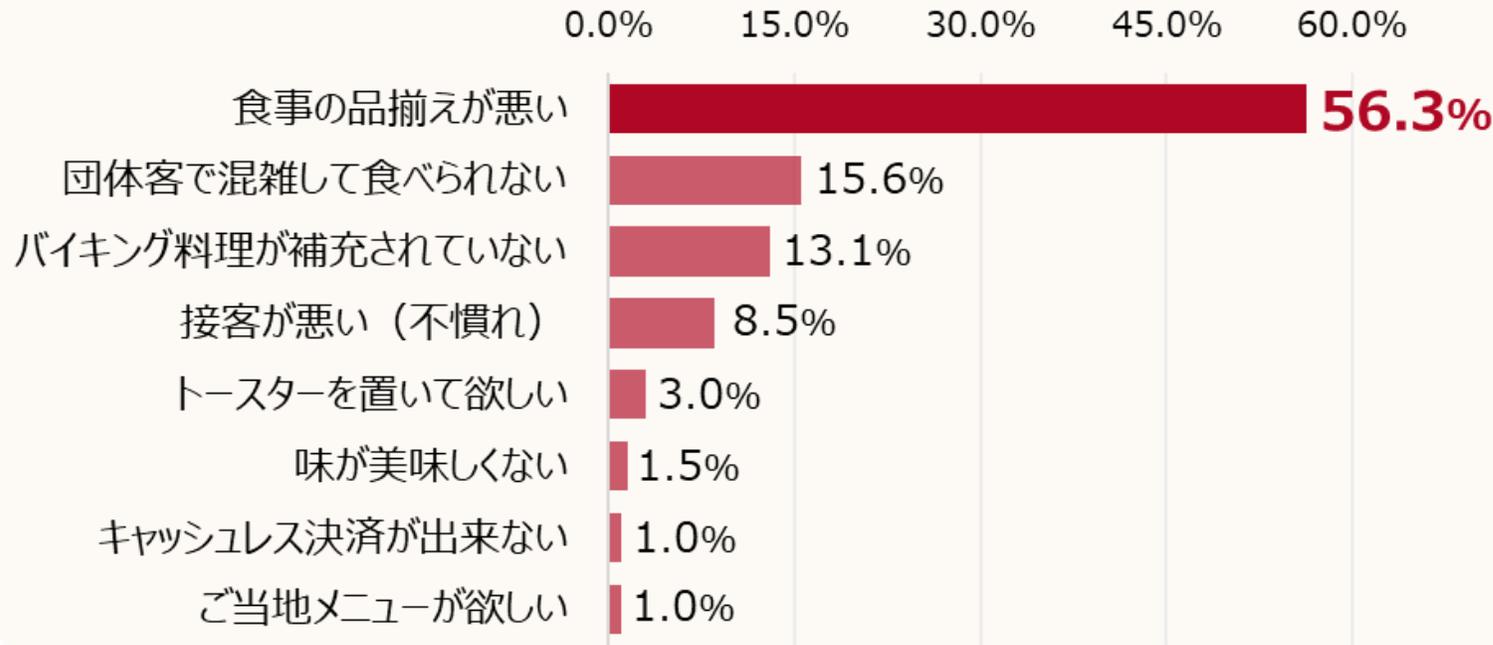
# 04 | 事業セグメント別営業戦略 -飲食事業-

※当社調査による

## 課題01

### 直営飲食店における朝食・夕食メニューの刷新

- 当社口コミによる食事に関するご指摘のうち、最も多いのは「食事の品揃えが悪い」となっており、**お客様の満足感を十分に得られていない**



- 朝食、夕食メニューを刷新する事でお客様満足度の向上  
⇒価格改定における要望でも上位
- 当社の主要顧客である連泊顧客に飽きさせないメニュー提案

**宿泊客の直営飲食店（館内併設店）利用率を向上させ、飲食全体の売上アップを図る**

# 04 | 事業セグメント別営業戦略 -飲食事業-

## 課題02

### 宿泊顧客以外の外来顧客の誘引

- 販促コストをかけず口コミ/リピーター中心の集客戦略を行っている為、利用者は宿泊顧客中心で、**外来顧客の集客力が弱い**

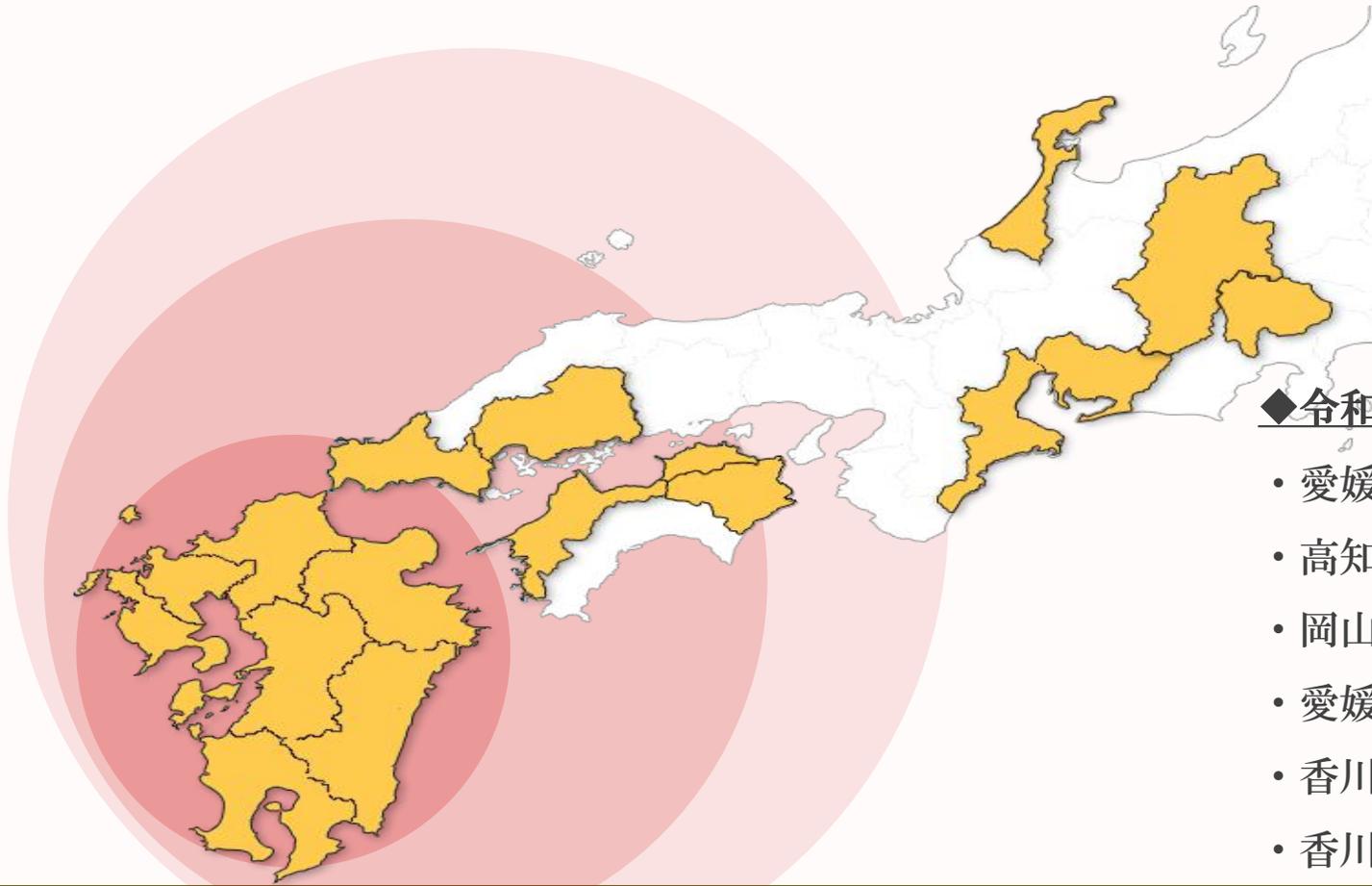


- WEB媒体やSNSを活用した販促活動を強化し、認知度向上と集客力アップ
- 予約獲得アップに向けたグルメサイトのページ更新や、キャンペーンへの参画

**外来顧客を誘引することで、  
飲食全体の売上アップを図る**

## 05 | 新規出店戦略

### 当社の出店エリアと目指す新規出店エリア



直近5年間の出店は、九州2店、中国2店、四国5店、直近目標である100店舗達成に向けて、今後も中四国の既出店県および未出店県への進出を検討している。

#### ◆令和7年以降の新規出店予定（2/25現在）

- ・愛媛土居インター店（愛媛県四国中央市）
- ・高知須崎店（高知県須崎市） ※高知県初出店
- ・岡山津山店（岡山県津山市） ※岡山県初出店
- ・愛媛愛南店（愛媛県南宇和郡）
- ・香川観音寺店（香川県観音寺市）
- ・香川三木店（香川県三木郡）

## 06 | 第100期業績予想

- 今期(100期)は下半期以降の価格改定により増収ながら、各種コスト増の負担を考慮し減益を予想している

(百万円)

	第99期 (令和6年度)	第100期予想 (令和7年度)	前期比
売上高	18,029	20,000	10.9%
営業利益	3,760	3,700	▲1.6%
経常利益	3,405	3,300	▲3.1%
当期純利益	2,236	2,200	▲1.6%